

BAB I

PENDAHULUAN

III.1. Latar Belakang Masalah

Di era milenial saat ini, salah satu masalah sosial yang sering terjadi khususnya di kalangan anak muda adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan hubungan pacaran. Membangun hubungan harmonis dengan orang lain membutuhkan kerja sama yang baik antara kedua belah pihak. Lumrah apabila suatu hubungan sesekali menemui batu sandungan berupa perkelahian atau tidak sepakat pada suatu hal. Namun, ada kalanya hubungan bermasalah membuat salah satu pihak merasa tertekan dan terancam. Oleh karena itu salah satu masalah yang sangat mempengaruhi hubungan adalah *toxic relationship*. *Toxic relationship* adalah sebuah istilah populer saat ini, yang memiliki arti sebuah hubungan pacaran yang ditandai oleh perilaku pasangan menimbulkan ketidaknyamanan secara psikologi terhadap pasangannya (Yani et al., 2021).

Tercatat pada Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan Indonesia, per tahun 2018, mencatat kasus kekerasan di ranah privat/personal yang diterima mitra pengadalaan, terhadap anak perempuan meningkat sebanyak 2.227 kasus. Sementara angka kekerasan terhadap istri tetap menempati peringkat pertama yakni 5.167 kasus, disusul kekerasan dalam pacaran, merupakan angka ketiga terbanyak setelah kekerasan terhadap anak yaitu 1.873 kasus (Cynthia Astari & Sentosa, 2019). Angka-angka tersebut cukup mencerminkan bahwa banyak hubungan

romantis di Indonesia yang termasuk *toxic relationship*. Banyak orang yang pernah mengalami atau sedang mengalami *toxic relationship speak up* ke media sosial mereka dengan harapan agar menyebar *awareness* kepada orang-orang yang sedang ada di dalam hubungan percintaan. Akibat dari *speak up* itu bermacam-macam, yaitu sang korban mendapat dukungan penuh dari orang yang membaca sekaligus memberi informasi baru mengenai *toxic relationship*. Sedangkan pelaku *toxic relationship* akan mendapat sanksi sosial jika postingan korban diakses oleh banyak orang.

Tetapi, tidak jarang juga dijumpai orang yang tidak sadar bahwa mereka sedang berada dalam *toxic relationship*, atau bahkan *denial* akan hal itu. Contohnya seperti kasus yang dulu sempat ramai diperbincangkan tentang seorang perempuan yang mengirim makanan sate beracun sianida kepada mantan kekasihnya yang berujung kematian anak korban yang dituju. Sang perempuan pun juga tidak menyadari bahwa ia merupakan orang yang *toxic* dalam hubungannya karena ia masih memahami bahwa cinta itu sebuah kepemilikan. Tentunya, hal tersebut sangat miris dan seharusnya tidak terjadi lagi. Pelaku *toxic relationship* kebanyakan tidak menyadari bahwa ia melakukan hal yang *toxic* karena kesalahan pemahaman tentang hubungan percintaan.

Dalam membahas sebuah isu sosial di era serba digital saat ini, semuanya bisa dilakukan secara instan dan tidak perlu memerlukan banyak alat untuk mengakses suatu situs yang kita inginkan. Hanya dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan internet, maka kita semua dapat mendapat segala informasi

dan kebutuhan yang kita cari dalam satu genggaman. Banyak bermunculan teknologi-teknologi baru yang memiliki beraneka macam kegunaan. Mulai untuk hiburan, pekerjaan, membantu kehidupan sehari-hari, bersosialisasi, dan lain sebagainya. Media juga sudah semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Yang dulunya hanya media cetak (koran, majalah, dll.) dan media massa (televisi, radio, dll.), sekarang telah muncul media baru yaitu media sosial dan media online.

Di tahun 1990, terdapat sebuah revolusi teknologi yang ditandai dengan munculnya internet dan media massa pun memasuki babak baru (Indainanto, 2021). *New media* telah menjadi teman sehari-hari dan digunakan banyak orang pada saat ini. *New media* sangat mudah diakses, dengan *smartphone* pun kita sudah bisa online untuk melihat apa yang terjadi di sekitar kita, terutama yang ada di dalam internet. Selain itu, kita bisa mengetahui berita-berita yang tidak hanya dari sekitar saja, namun dari berbagai penjuru dunia. Media-media konvensional pun kini banyak yang menyesuaikan diri dengan perkembangan yang pesat ini, seperti televisi yang saat ini bisa diakses melalui streaming, koran dan majalah saat ini bisa diakses secara online di *website* resmi masing-masing, dan yang sedang *booming* atau kekinian saat ini adalah radio yang berubah menjadi *podcast*.

Podcast saat ini sedang digandrungi oleh para pengguna internet, khususnya masyarakat Indonesia. Semenjak pandemi COVID-19 yang tidak memungkinkan masing-masing orang untuk keluar dari rumah secara leluasa, sehingga *podcast* pun hadir untuk menemani serta menghibur masyarakat dengan topik bahasan yang bermacam-macam. Terdapat *podcast* yang bertemakan komedi, drama,

dokumenter, dan lain sebagainya. Tidak hanya di *YouTube*, di aplikasi musik *Spotify* serta *Instagram* juga banyak ditemukan *podcast-podcast* yang dapat menghibur para pendengarnya. Hal ini menunjukkan bahwa *podcast* memang sedang marak dikonsumsi oleh banyak masyarakat. Memproduksi *podcast* pun juga terbilang mudah, hanya dengan menyiapkan *microphone* dan merekam suara di *handphone* pun *podcast* sudah bisa jadi walaupun hasilnya akan standar. Orang-orang yang memiliki sedikit pengetahuan mengenai kerja teknis *podcast* serta sedikit pengetahuan tentang *editing* pun juga memungkinkan untuk memproduksi *podcast* mereka sendiri (Nuzum, 2019, p. 238).

Podcast sendiri bukanlah suatu *platform* baru, *podcast* sudah ada di Indonesia sejak rentang tahun 2004 hingga 2005. *Podcast* adalah gabungan dari kata *iPod* dan *Broadcasting* dan dulunya hanya bisa diakses oleh pengguna *iPod* dan *Mac*. Di Indonesia, tren *podcast* baru terkenal pada sekitar 2012-an dan sudah bisa diakses menggunakan sistem di luar produk *Apple*, seperti *Windows*, *Android*, dan lain-lain. Ditambah lagi dengan situasi saat ini, *podcast* digunakan sebagai sarana hiburan baru. Banyak orang yang memproduksi *podcast*, salah satunya di *platform YouTube*. *Podcast* dari Deddy Corbuzier dengan *tagline* khasnya sudah seakan tidak asing di telinga kita memiliki jumlah *viewers* yang selalu mencapai angka di atas 1 juta penonton tiap *podcast* video yang ia unggah. Selain Deddy Corbuzier, konten *podcast* dari Raditya Dika juga cukup ramai dan dinikmati oleh penonton yang rata-rata usianya adalah kaum milenial. Ini cukup menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat Indonesia, khususnya milenial dalam menikmati *podcast* cukup tinggi.

Melihat hal ini, kelompok kami ingin membuat sebuah *podcast* yang membahas tentang *toxic relationship* yang dikemas dalam sebuah *mini drama podcast*. Dengan melalui *podcast* ini, penulis dan *partner* ingin memberi informasi kepada pendengar apa saja tanda-tanda atau *red flags* hubungan yang *toxic*. Dalam *project* ini, penulis akan berperan sebagai penulis naskah yang dibutuhkan dalam pembuatan konten *mini drama podcast* dan akan diunggah di *Instagram* @podkeshub, yang mana penulis juga bertanggung jawab atas keseluruhan naskah yang totalnya berjumlah delapan. Selain itu, penulis juga akan turut menjadi *voice actor* dalam salah satu episode di *mini drama podcast* serta mencari *talent* untuk menjadi *voice actor* di episode lainnya.

1.2. Bidang Kerja Praktik

Project ini akan dilaksanakan secara berkelompok yang terdiri dari dua anggota yang masing-masing terbagi *jobdesknya* sebagai *editor* dan *script writer*. Di *project* ini, penulis bertanggung jawab di bidang *script writer* atau penulis naskah untuk konten-konten yang akan diunggah di laman media sosial *Instagram project* kami, @podkeshub.

Script writer nantinya akan bertanggung jawab atas naskah-naskah drama podcast serta materi konten yang berhubungan dengan tema besar yang diambil oleh kelompok kami, yaitu *toxic relationship*. *Script writer* akan mengambil referensi dari jurnal dan *website* yang diperlukan untuk membantu dalam penyusunan naskah *mini drama podcast*.

1.3. Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan Kuliah Kerja Praktik (*project*) ini adalah :

1.3.1 Tujuan Umum

Dapat mengaplikasikan teori – teori yang telah disampaikan selama mengikuti perkuliahan serta ikut andil dalam menyebarkan *awareness* kepada masyarakat mengenai masalah sosial *toxic relationship*.

1.3.2. Tujuan Khusus

- a. Mendapat kesempatan untuk membuat konten bersama kelompok membahas masalah sosial
- b. Mendapat pengalaman *script writing* dalam proses pembuatan naskah untuk konten *mini drama podcast* di *Instagram @podkeshub*.
- c. Meningkatkan rasa tanggung jawab dan melatih bekerja sama dengan anggota kelompok

1.4. Manfaat Kerja Praktik

1.4.1. Bagi Penulis

- a. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai teori jurnalistik yang diaplikasikan melalui penulisan naskah dan dilakukan di media sosial
- b. Menjadi lebih termotivasi untuk menekuni di bidang *script writing*
- c. Bisa lebih memahami cara kinerja serta *engagements* di media sosial *Instagram*.

1.4.2. Bagi Kelompok

Hasil dari *project* dapat dijadikan pengalaman tersendiri bagi masing-masing anggota kelompok sesuai dengan divisi masing-masing yang diampu, khususnya pada *script writer* serta menambah wawasan mengenai *toxic relationship*. Penulis juga akan mendapat pengalaman mengurus suatu akun *Instagram* yang kontennya bermuatan isu sosial dan menyebarkan *awareness* terhadap banyak orang serta lebih paham lagi mengenai cara kerja *Instagram* lebih jauh.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. *Script Writer*

Script writer (penulis naskah) adalah orang yang bertugas menulis naskah yang dibutuhkan selama program berlangsung, peran seorang penulis naskah ialah mampu memberikan hiburan lewat tulisan-tulisannya. Menjadi seorang *script writer* juga membutuhkan keterampilan berupa kreatifitas dalam menulis. Maka dari itu, seorang penulis skenario dianjurkan memiliki daya imajinasi yang baik dalam pengembangan sebuah sinopsis cerita ke dalam bentuk skenario film. Tidak hanya untuk program dan skenario film, *script writer* dapat menuliskan naskah untuk *web series*, *YouTube series*, *podcast*, *video games*, atau karya kontemporer dan modern seperti *video blog (vlog)*. *Script Writer* memiliki tugas penting yang harus dikerjakan (Widianita, 2009):

1. Membangun cerita melalui jalan cerita yang baik dan logis.
2. Menjabarkan ide / gagasan melalui jalan cerita dan bahasa.

3. Harus mampu menyampaikan maksud atau pesan tayangan audio visual tersebut.
4. Membangun emosi melalui bahasa dan kalimat pada sebuah adegan tanpa harus memvisualisasikan kekerasan yang tidak mendidik (film atau sinetron).
5. Menyajikan cerita yang yang tidak habis saat selesai ditonton, namun harus berkesan di mata penonton atau membekaskan sesuatu yang berarti di dalam hati penontonnya

Selain tugas-tugas tersebut, *script writer* juga memiliki peran tersendiri dalam sebuah proses produksi, yaitu (Suryani, 2019) :

1. Menciptakan dan menulis dasar acuan berupa naskah (skenario) berdasarkan ide sendiri atau ide pihak lain
2. Bekerja mulai dari tahapan awal (pengembangan ide) hingga jangka waktu pra-produksi
3. Menyusun naskah dengan format yang telah ditentukan
4. Menjadi narasumber bagi pelaksanaan produksi jika dibutuhkan

Dalam produksi *podcast*, menulis naskah juga dibutuhkan agar menghindari pembahasan yang melantur kemana-mana sehingga membuat penikmat *podcast* kita menjadi bingung. Selain itu, dengan didasari naskah yang terencana akan membuat *podcast* menjadi lebih menarik karena akan lebih lancar dalam menyampaikan materi atau topik yang telah ditentukan serta dapat membantu *editor* dalam menghemat waktu pengeditan usai proses rekaman.

1.5.2. *Podcast*

Podcast adalah *file* media digital yang berisi informasi (audio, video maupun informasi lain) yang diunggah dan diunduh melalui *website* atau portal tertentu kekomputer atau perangkat portabel (Indriastuti & Saksono, 2015). Asal-usul *podcast* berawal dari tahun 2000-an oleh Adam Curry, sedangkan baru terkenal di Indonesia sekitar tahun 2005. Istilah *podcast* sendiri memiliki kepanjangan, dari gabungan kata “*i-pod*” dan *broadcast*. Isi konten yang ada di *podcast* dapat beraneka ragam, seperti drama, talkshow, dokumenter, dan lain sebagainya.

Menurut (Llinares et al., 2018, p. 118), *podcast* sering kali berisi tentang narasi-narasi yang diberi suara dan bisa dijadikan sebagai perantara yang dapat menceritakan suatu pengalaman personal dengan apa adanya. Pengertian ini bisa dilihat di kebanyakan konten *podcast* sekarang yang membawa tema tentang pengalaman pribadi, seperti kisah horror, kisah pada jaman kecil, dan lain sebagainya.

Untuk kinerja serta pendistribusian *podcast*, terdapat 3 elemen wajib yang harus diperhatikan, yaitu materi *podcast*, penyedia RSS (*Really Simple Syndication*), dan penangkap (*podcatcher*). Ukuran dokumen (*file*) berkisar antara 1 mb sampai 200 mb (tergantung dari *frame rate*, ukuran, dan lain-lain) (Fadilah et al., 2017). Menurut Geoghegan dan Klass dalam (Fadilah et al., 2017) potensi *podcast* terletak pada keunggulannya; dapat diakses secara otomatis, mudah dan kontrol ada di tangan konsumen, dapat dibawa-bawa, dan selalu tersedia. Selain audio, saat ini *podcast* juga mulai hadir dalam bentuk

video sehingga muncul sebutan baru bagi *podcast*, yaitu ada *podcast* audio dan *podcast* video.

Di Indonesia sendiri *podcast* sudah mulai dikenali oleh masyarakat dan tidak jarang juga orang-orang mulai mencoba membuat *podcast* di berbagai *platform*, seperti *Spotify*, *YouTube*, dan lain-lain. Hasil survei *Daily Social* bersama JakPat terhadap 2.023 pengguna ponsel pintar dalam “*Podcast User Research in Indonesia 2018*” menunjukkan bahwa 68% responden Indonesia mengaku familiar dengan *podcast* dan 81% diantaranya mendengarkan *podcast* dalam beberapa bulan terakhir (Hutabarat, 2020). Di survei itu juga menunjukkan bahwa sebagian besar penikmat *podcast* di Indonesia adalah dari kalangan usia 20 hingga 25 tahun, yang mencapai angka 42,12% dan diikuti oleh kalangan usia 26-29 dan 30-35 tahun. Perkembangan *podcast* yang cukup cepat di Indonesia diyakini dipengaruhi oleh lima faktor utama yang dikutip dari (Campbell, 2005), yaitu aktivitas internet yang terus berkembang pesat, perkembangan jaringan yang semakin cepat, perbedaan dari konten *streaming* dan *download* yang hampir tidak ada bedanya, masyarakat mulai memiliki perangkat *gadget* sendiri, serta adopsi terhadap *mp3 portable* yang sangat cepat (Hutabarat, 2020).

1.5.3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh Pengikut (*followers*) dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. *Instagram* merupakan gabungan dari kata instan dan telegram, “*insta*” seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan

sebutan “foto instan”. Sedangkan “*gram*” dari “*telegram*” yang berarti mengirim informasi secara cepat ke orang lain. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan gabungan dari kata instan dan telegram serta menggunakan jaringan internet agar informasi yang ingin disampaikan lebih cepat (Sari, 2017). Salah satu yang unik dari *Instagram* adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera *Polaroid* dan *kodak Instamatic* bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3.

Di *Instagram* terdapat beberapa fitur, yaitu *following*, *followers*, *likes*, dan *comment*. *Following* adalah pengikut atau orang yang mengikuti akun pengguna, *followers* adalah para pengguna lain yang juga mengikuti akun pengguna, *likes* adalah fitur interaksi antar pengguna yang menyukai konten yang diunggah oleh pengguna lainnya, dan *comment* adalah fitur interaksi antar pengguna untuk memberi respon terhadap konten yang telah diunggah (Sari, 2017). *Instagram* ini sedikit berbeda dengan aplikasi pengeditan foto lainnya yang terdapat pada internet kebanyakan. Banyak orang menggunakannya karena selain mudah menggunakannya terdapat banyak efek tambahan. Efek tersebut dapat memanipulasi wajah menjadi beda dari aslinya, meski demikian, ada dampak yang positif juga yang timbulkan yaitu kita dapat merubah foto kita menjadi lebih bagus. Kita juga bisa menjadi satu *network* dengan semua teman yang ada di dalam *Instagram* itu sendiri.